

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian *Xiaomi Smartphone*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang pernah membeli produk dari *Xiaomi Smartphone*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan analisis koefisien determinasi adalah sebesar 0,478 artinya bahwa 47,8% variabel keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel bebasnya yaitu harga, kualitas produk, dan *word of mouth*. Pengaruh ketiga variabel tersebut adalah signifikan yang ditunjukkan oleh nilai signifikasi  $F (0,000) < \alpha = 0,05$ , sisanya 52,2% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini. Hasil pengujian dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari harga, kualitas produk, dan *word of mouth* secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan *word of mouth* secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian, dan *Xiaomi Smartphone*.

## ABSTRACT

This research is aimed to find out the influence of price, product quality, and word of mouth to the purchasing decision of Xiaomi Smartphone. The population is all students of Indonesia School of Economics (STIESIA) Surabaya who have ever purchased product of Xiaomi Smartphone. The sample collection technique has been done by using non probability sampling and 100 respondents have been obtained as samples. The analysis technique has been carried out by using multiple linear regressions analysis.

The result of this research which based on the coefficient determination analysis is 0.478. It means that 47.8% the variable of purchasing decision has been influenced by the independent variables i.e. price, product quality, and word of mouth. The influence of these three variables are significant and it is shown by the significance value of  $F(0,000) < \alpha = 0.05$ , the remaining is 52.2% which means that the variable of purchasing decision has been influenced by other variable which is not included in this research model. The result of the test which has been done by using F test shows that the independent variable which consist of price, product quality, and word of mouth simultaneously give significant influence to the purchasing decision. Furthermore, the result of the t test shows that partially price, product quality, and word of mouth give significant and positive influence to the purchasing decision.

**Keywords:** price, product quality, word of mouth, purchasing decision, and Xiaomi Smartphone.